

Харинцева Яна Евгеньевна,
ученик,
МАОУ Гимназия №9
г. Екатеринбург, Российская Федерация

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА (ТРАМВАЕВ) КАК ИНВЕСТИЦИИ В ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ГОРОДА

Аннотация:

Статья рассматривает промышленный дизайн общественного транспорта как имидж города. Разработка нового вида трамваев в Екатеринбурге, сделанные к Чемпионату мира по футболу, становятся визитной карточкой города. Сделан вывод о том, что те города в мире, которые имеют известный и положительный образ (имидж), также развивают узнаваемый общественный транспорт.

Ключевые слова:

имидж города, общественный транспорт, инвестиции.

В некоторых городах общественный транспорт является визитной карточкой города. В пример можно привести лондонский красный автобус или же голубой трамвай в Барселоне.

Это наталкивает на мысль, что кроме основной функции трамвая – функции перевозок, он может выполнять так же маркетинговую функцию, то есть стать визитной карточкой города.

Мы провели анализ трамвайного состава в нашем городе для оценки необходимости в его модернизации. Инвентарный парк Южного депо насчитывает 140 пассажирских вагонов. Северное Депо – 164 единиц. Западное депо насчитывает 150 единиц подвижного состава.

Сейчас в нашем городе трамваи распространены в меньшей степени по сравнению с автобусами и метро. Можно выделить несколько причин их меньшей популярности:

1. Недостаточное благоустройство инфраструктуры трамвайных сетей
2. Необновляемость единиц трамвайного транспорта
3. Малое количество маршрутов по всему городу

Решением этой проблемы стала модернизация промышленного дизайна трамвая, в которую входит:

– строительство 10ти километров новых трамвайных путей – примерная стоимость 180 млн.

– модернизация вагонов – примерная стоимость 137,7 млн

– Приобретение 8ми новых вагонов (вида - 71-407) – примерная стоимость 116 млн.

– Особый дизайн трамваев, покраска – примерная стоимость 9,2 млн

Итого: 180 млн. + 116 млн. + 137,7 млн. + 9,2 млн. = 442,9 млн. – общие расходы на полную модернизацию определенного вида транспорта (трамвая).

Прибыль от использования модернизированного трамвая можно получать от:

Ежедневных перевозок пассажиров. 480 тыс. руб./день

• 480 тыс. руб. * 30 дней = 14,4 млн./мес.

• Реклама в общественном транспорте. Примерно 6,6 млн руб. в год (взято из статистики прибыли рекламы общественного транспорта)

• Использование уникального дизайна трамваев как продукт сувенирной отрасли. Примерно 200 тыс. руб./мес.

*26 – средняя стоимость одного проезда на трамвае (с учётом всех возможных льгот), 23 – себестоимость одного проезда на трамвае.

Итого: 14,4 млн. + 200 тыс. = 14,6 млн./ мес.

Значит, в год прибыль будет составлять: 14,6 млн. руб. * 12 мес. + 6,6 млн. руб. = 181,8 млн. руб.

Расходы на модернизацию трамваев окупятся спустя:

181,8 млн. руб. * 3 года – 442,9 млн. руб. = 102,5 млн. руб.

Значит, полная окупаемость расходов наступит примерно через 2,5 года.

Планируемый пассажиропоток -160 000 чел./день.

По итогу получаем, что прибыль от новых трамваев превышает прибыль от метро в 1.1 раза. Это значит, что модернизированные трамваи действительно могут стать главным видом общ. Транспорта в Екатеринбурге за счет их промышленного дизайна.

С помощью правильно-подобранного внешнего вида данного вида транспорта действительно возможно улучшить и инфраструктуру, и экономическую составляющую города.

Harintseva Yana Ye.,

Student,

MAOU Gymnasium №9

Yekaterinburg, Russian Federation

INDUSTRIAL DESIGN OF PUBLIC TRANSPORT (TRAMS) AS AN INVESTMENT IN THE FORMATION OF THE CITY IMAGE

Abstract:

The article considers the industrial design of public transport as the image of the city. The development of a new type of trams in Yekaterinburg, made for the FIFA World Cup, are becoming the city's hallmark. It is concluded that those cities in the world that have a well-known and positive image (image) also develop recognizable public transport.

Keywords:

city image, public transport, investments.